

PENGUNAAN BAHASA INDONESIA PADA GENERASI MILENIAL DI MEDIA SOSIAL: SEBUAH KAJIAN SOSIOLINGUISTIK

Amirul Munandar¹, Bagus Muhammad Fadli², Muhammad Yani³

¹⁻³STKIP Harapan Bima, Bima, Indonesia

* Email: amirulmunandar701@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan Bahasa Indonesia oleh generasi milenial di media sosial dari perspektif sosiolinguistik. Fokus utama penelitian adalah pada bentuk campur kode dan bahasa slang yang muncul dalam unggahan digital serta fungsinya dalam komunikasi daring. Metode yang digunakan adalah metode campuran, dengan penyebaran kuesioner kepada 200 responden dan analisis konten terhadap 30 unggahan media sosial. Hasil menunjukkan bahwa campur kode dan bahasa slang digunakan secara luas sebagai sarana ekspresi diri, penanda identitas kelompok, dan bentuk adaptasi terhadap budaya digital. Skor rata-rata kuesioner menunjukkan kecenderungan tinggi terhadap kenyamanan dan keefektifan penggunaan ragam bahasa informal tersebut. Analisis teks juga menunjukkan bahwa pilihan bahasa milenial dipengaruhi oleh faktor sosial, emosional, dan simbolik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan Bahasa Indonesia oleh generasi milenial di media sosial mencerminkan dinamika kebahasaan yang kompleks dan berorientasi pada fungsi sosial dalam ekosistem digital.

Kata kunci: Bahasa Indonesia; generasi milenial; media sosial; campur kode; sosiolinguistik

Abstract

This study aims to examine the Indonesian language use among millennials on social media from a sociolinguistic perspective. The main focus is on code-mixing and slang expressions found in digital posts and their function in online communication. The study applies a mixed-methods approach by distributing questionnaires to 200 respondents and analyzing 30 social media posts. The results reveal that code-mixing and slang are widely used as a means of self expression, group identity, and adaptation to digital culture. The average questionnaire scores show a strong tendency toward comfort and effectiveness in using informal language. Textual analysis also indicates that social, emotional, and symbolic factors influence millennials' language choices. The study concludes that millennials' use of Indonesian on social media reflects a complex linguistic dynamic oriented toward social functions in the digital ecosystem.

Keywords: Indonesian language; millennials; social media; code-mixing; sociolinguistics

PENDAHULUAN

Beberapa penelitian terkini menyoroti bagaimana Generasi Milenial dan Gen Z menggunakan bahasa Indonesia di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, serta Twitter. Rahmadani et al. (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa milenial menggunakan ragam bahasa tulis nonformal seperti “bahasa gaul”, yang memengaruhi suasana akrab dan informal dalam interaksi daring. Selanjutnya, Arsanti dan Setiana (2020) menemukan bahwa pesona bahasa baku mengalami penurunan di media

sosial, diikuti meningkatnya penggunaan jargon dan idiom gaul. Studi serupa oleh Dewani et al. (2024) melaporkan dominasi campur kode (Indonesia–Inggris) dan slang digital di kalangan mahasiswa pemakai TikTok. Sementara itu, Halimatussyakdiah et al. (2024) menyoroti pengaruh bahasa gaul terhadap karakter dan nilai budaya di kalangan Gen Z. Dengan demikian, penelitian terbaru sudah memperlihatkan pola penggunaan bahasa nonformal dan campur kode pada generasi muda di media sosial.

Selain fenomena “bahasa gaul” dan campur kode, fokus kajian lainnya adalah perubahan sintaksis dan bentuk kata. Pujiono & Widodo (2021) menganalisis variasi bentuk kata pada akun Instagram milenial perkotaan dan mendapati penyusunan kata yang fleksibel dan inovatif. Candra Dewi et al. (2023) menjelaskan bahwa remaja menggunakan slang sebagai identitas sosial dalam interaksi daring. Kemudian, Andi Saadillah et al. (2023) mengkaji fenomena sarkasme netizen di media sosial, mengungkap penggunaan ekspresi linguistik kompleks untuk tujuan retorik. Bahkan, Nurahman & Purwaka (2021) menemukan bahwa penggunaan bahasa gaul memengaruhi penggunaan bahasa Indonesia baku pada siswa SMP. Kajian-kajian ini memperlihatkan bahwa perubahan sintaktis dan pragmatis bahasa Indonesia generasi muda di media sosial semakin kompleks.

Pendekatan teoretis yang digunakan sebagian besar bersifat kualitatif, dengan analisis isi atau wawancara sebagai metode utama. Rahmadani et al. (2023) menggunakan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi ragam bahasa nonformal dan implikasinya bagi komunikasi akrab. Dewani et al. (2024) juga menerapkan analisis isi untuk memahami makna sosial di balik campur kode di TikTok. Halimatussyakdiah et al. (2024) menggabungkan wawancara dengan kuesioner untuk menilai pengaruh bahasa gaul terhadap karakteristik budaya Gen Z. Namun, studi-studi tersebut belum banyak disertai analisis kuantitatif yang memperhitungkan frekuensi atau signifikansi statistik. Dengan demikian, tren metodologis saat ini menunjukkan dominasi kajian kualitatif, dengan sedikit ruang untuk analisis yang lebih sistematis secara kuantitatif.

Berbagai penelitian menyepakati bahwa generasi milenial dan Gen Z kerap menggunakan bahasa nonformal seperti slang dan campur kode ketika berkomunikasi di media sosial. Mereka juga sepakat bahwa fenomena tersebut berfungsi

sebagai alat ekspresi identitas kelompok dan penguat solidaritas sosial. Metodologi kualitatif dominan menjadi pilihan, seperti observasi, wawancara, dan analisis teks tertulis. Referensi menyebut media seperti Instagram, TikTok, dan Twitter/X sebagai sumber utama praktik kebahasaan generasi tersebut. Kesamaan fokus ini mengukuhkan bahwa penggunaan bahasa informal dan dinamis adalah fitur khas komunikasi daring generasi muda. Bahkan implikasi sosial budaya telah menjadi titik temu analisis kritis pada penelitian terdahulu.

Meski setuju soal pola informal, penelitian terdahulu berbeda dalam tingkat analisisnya. Misalnya, Rahmadani et al. (2023) dan Dewani et al. (2024) membahas ragam nonformal dan campur kode secara mendalam secara tekstual, tapi tidak menyertakan data numerik yang merepresentasikan prevalensi. Sebaliknya, Fatmawati et al. (2024) menyertakan data korelasional untuk menjelaskan dampak bahasa gaul terhadap kemampuan bahasa baku, namun hanya pada kelompok mahasiswa, bukan pengguna media sosial umum. Sebagian besar studi juga menitikberatkan pada Gen Z dan mahasiswa, sehingga milenial non-akademik masih kurang dipetakan. Lainnya, analisis pragmatis dan psikolinguistik seperti studi Saadillah et al. (2023) ada, namun belum dikaitkan dengan aspek sosiolinguistik yang lebih luas. Perbedaan ini menunjukkan bahwa ada variasi subjek, metode, dan kedalaman analisis yang belum terpadu.

Dari perbedaan yang ada, dapat diidentifikasi bahwa belum ada penelitian yang mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif dalam satu studi komprehensif tentang penggunaan bahasa milenial di media sosial. Selain itu, penggunaan campur kode dan slang belum diukur secara sistematis untuk mengetahui frekuensi dan kaitannya dengan faktor demografis seperti usia, jenis kelamin, atau latar belakang pendidikan. Masih sedikit studi yang secara eksplisit membandingkan milenial dalam

konteks akademik (mahasiswa) dan non-akademik (pekerja atau masyarakat umum). Juga, aspek sosiolinguistik seperti norma sosial dan perubahan bahasa generatif di ruang daring belum dianalisis secara mendalam dalam konteks Indonesia. Karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan pendekatan komprehensif yang menjembatani analisis frekuensi, pragmatis, dan sosiokultural.

Penelitian ini bertujuan untuk secara spesifik: (1) mengidentifikasi dan menghitung frekuensi campur kode, slang, dan ragam nonformal dalam unggahan media sosial oleh generasi milenial di Indonesia, (2) mengeksplorasi makna sosial dan fungsi pragmatis dari variasi kebahasaan tersebut, serta (3) menganalisis perbedaan penggunaan bahasa berdasarkan variabel demografis seperti usia, jenis kelamin, dan status pendidikan. Masalah utama yang diangkat adalah: “Sejauh mana campur kode dan bahasa slang mencerminkan identitas sosial serta norma kebahasaan yang berlaku di kalangan generasi milenial Indonesia dalam media sosial?” Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan gambaran empiris sekaligus analitis tentang dinamika bahasa Indonesia generasi milenial di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*), yaitu perpaduan antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena masalah penelitian berkaitan dengan dua dimensi utama, yakni frekuensi penggunaan unsur bahasa nonformal dan makna sosial dari bentuk bahasa tersebut. Metode kuantitatif digunakan untuk mengukur seberapa sering campur kode dan slang digunakan oleh generasi milenial di media sosial, sedangkan metode kualitatif digunakan untuk menganalisis makna, fungsi, dan konteks sosial penggunaannya. Model ini sejalan dengan pandangan Creswell (2014, hlm. 217) bahwa pendekatan *mixed methods* cocok untuk

menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat kompleks dan memerlukan eksplorasi mendalam serta data yang dapat digeneralisasi. Penelitian sebelumnya oleh Lorenza dan Fahrenheit (2020) juga menggunakan metode campuran untuk mengungkap makna kode dalam teks sekaligus mengukur persepsi pembaca, menunjukkan efektivitas kombinasi dua pendekatan ini dalam kajian bahasa.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer meliputi teks unggahan pengguna media sosial dari kalangan milenial Indonesia yang diambil dari tiga platform utama: Instagram, TikTok, dan Twitter/X. Data ini berupa caption, komentar, dan tagar yang ditulis dalam rentang waktu antara Juni hingga Agustus 2025. Pemilihan media sosial tersebut didasarkan pada hasil survei We Are Social (2024) yang menunjukkan dominasi pengguna aktif berusia 25-40 tahun di ketiga platform tersebut. Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku referensi sosiolinguistik, serta laporan penelitian sebelumnya yang relevan dengan fenomena kebahasaan generasi milenial. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi non-partisipan terhadap unggahan publik, pengambilan data melalui teknik scraping teks, dan penyebaran kuesioner daring kepada responden terpilih.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial dari kalangan generasi milenial (kelahiran 1981-1996) yang berdomisili di Indonesia. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria: aktif menggunakan media sosial minimal satu tahun terakhir, berdomisili di Indonesia, dan termasuk dalam kelompok umur yang ditentukan. Untuk keperluan analisis kuantitatif, sebanyak 200 responden dilibatkan

dalam pengisian kuesioner daring. Sedangkan untuk analisis kualitatif, diambil 30 unggahan teks dari berbagai akun milenial yang representatif untuk dianalisis secara mendalam. Sampel ini diambil dari pengguna di tiga kota besar (Jakarta, Bandung, dan Surabaya) guna mencerminkan keragaman sosial budaya.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan meliputi kuesioner daring dan lembar observasi linguistik. Kuesioner terdiri dari dua bagian: pertama, pertanyaan demografis tentang usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan intensitas penggunaan media sosial; kedua, skala Likert 1-5 yang mengukur frekuensi penggunaan campur kode, slang, serta alasan penggunaannya. Instrumen ini dirancang berdasarkan indikator yang diadaptasi dari teori sosiolinguistik Chaer dan Agustina (2010, hlm. 83-95) serta klasifikasi campur kode Suwito (1985, hlm. 76). Lembar observasi digunakan untuk mengklasifikasikan jenis campur kode (inner dan outer), bentuk slang, serta konteks penggunaan berdasarkan unggahan media sosial.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian sesuai pendekatannya. Untuk data kuantitatif dari kuesioner, digunakan analisis deskriptif statistik berupa frekuensi, persentase, dan rata-rata (mean), serta dilanjutkan dengan analisis inferensial uji korelasi Pearson untuk melihat hubungan antara intensitas penggunaan campur kode dan variabel demografis seperti usia dan tingkat pendidikan. Sementara itu, analisis data kualitatif dilakukan melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, seperti yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014, hlm. 14-16). Proses ini dilakukan untuk mengidentifikasi pola penggunaan, makna sosial, serta fungsi komunikatif dari campur kode dan slang yang muncul dalam unggahan.

Temuan dari dua pendekatan ini kemudian dikonsolidasikan untuk membentuk gambaran utuh mengenai fenomena bahasa Indonesia yang digunakan oleh generasi milenial di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

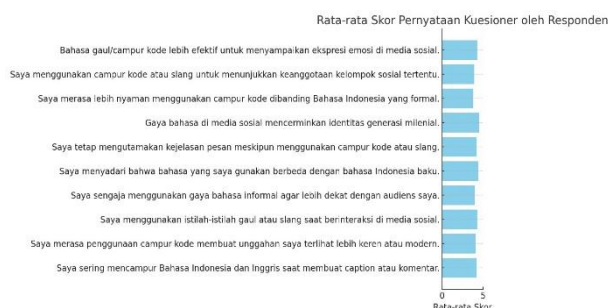
Hasil Penelitian

Sebelum menyajikan tabel dan gambar, perlu disampaikan bahwa data hasil penelitian ini diperoleh melalui kuesioner daring yang diisi oleh 200 responden generasi milenial. Responden berasal dari berbagai latar belakang pendidikan dan profesi yang aktif menggunakan media sosial, terutama Instagram, TikTok, dan Twitter. Kuesioner berisi sepuluh pernyataan mengenai intensitas penggunaan campur kode, slang, dan alasan penggunaannya. Respon diukur menggunakan skala Likert 1-5. Hasil rata-rata skor dari setiap item kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Tabel Hasil Kuesioner Penelitian

Pernyataan	Rata-rata Skor
Saya sering mencampur Bahasa Indonesia dan Inggris saat membuat caption atau komentar.	4.2
Saya merasa penggunaan campur kode membuat unggahan saya terlihat lebih keren atau modern.	4.1
Saya menggunakan istilah-istilah gaul atau slang saat berinteraksi di media sosial.	4.3
Saya sengaja menggunakan gaya bahasa informal agar lebih dekat dengan audiens saya.	4.0
Saya menyadari bahwa bahasa yang saya gunakan berbeda dengan bahasa Indonesia baku.	4.4
Saya tetap mengutamakan kejelasan pesan meskipun menggunakan campur kode atau slang.	4.2

Gaya bahasa di media sosial mencerminkan identitas generasi milenial.	4.5
Saya merasa lebih nyaman menggunakan campur kode dibanding Bahasa Indonesia yang formal.	3.8
Saya menggunakan campur kode atau slang untuk menunjukkan keanggotaan kelompok sosial tertentu.	3.9
Bahasa gaul/campur kode lebih efektif untuk menyampaikan ekspresi emosi di media sosial.	4.3



Gambar 1. Rata-rata Skor Pernyataan Kuisisioner oleh Responden

Tabel dan grafik di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan memperoleh skor rata-rata tinggi, dengan nilai antara 3.8 hingga 4.5. Tiga pernyataan dengan skor tertinggi adalah: “Gaya bahasa di media sosial mencerminkan identitas generasi milenial” (4.5), “Saya menyadari bahwa bahasa yang saya gunakan berbeda dengan bahasa Indonesia baku” (4.4), dan “Saya menggunakan istilah-istilah gaul atau slang saat berinteraksi di media sosial” (4.3). Ini mengindikasikan bahwa gaya bahasa di media sosial merupakan cerminan identitas sekaligus bentuk ekspresi diri yang sangat diakui oleh generasi milenial.

Selain kuesioner, dilakukan pula analisis terhadap unggahan media sosial milenial. Salah satu contoh unggahan yang dianalisis adalah: *"Mood hari ini: literally capek banget sama vibes kantor yang toxic. Need short escape,*

pleasee 🥱✈️". Analisis menunjukkan adanya campur kode outer (*literally, vibes, need, escape*) dan penggunaan slang khas seperti “capek banget” serta “pleasee”. Fungsi sosialnya adalah memperkuat identitas kelompok, menciptakan kedekatan emosional, dan membangun ekspresi perasaan secara singkat namun kuat. Temuan ini konsisten dengan hasil kuesioner bahwa mayoritas responden merasa bahasa campur kode dan slang lebih efektif menyampaikan ekspresi emosional.

Pembahasan

Hasil penelitian ini memperkuat temuan bahwa bahasa yang digunakan oleh generasi milenial di media sosial tidak lagi mengikuti pakem formal bahasa Indonesia, melainkan mengalami perubahan ke arah hibrida melalui campur kode dan slang. Hal ini sesuai dengan temuan Hasibuan (2021) bahwa bahasa di media sosial mencerminkan dinamika kebudayaan dan preferensi identitas pengguna, terutama generasi muda yang ingin tampil fleksibel dan ekspresif. Bahasa menjadi medium sosial yang tidak hanya berfungsi komunikatif, tetapi juga simbolik.

Dominasi penggunaan campur kode dalam unggahan media sosial milenial menunjukkan adanya proses adaptasi terhadap globalisasi. Menurut Hariani dan Saadah (2022), penggunaan bahasa Inggris dalam komunikasi informal menunjukkan orientasi identitas global serta upaya untuk menunjukkan kelas sosial tertentu. Ini selaras dengan data kuesioner dalam penelitian ini, di mana responden merasa lebih nyaman menggunakan campur kode dibanding bahasa formal. Bahasa menjadi alat klasifikasi simbolik, bukan sekadar alat komunikasi.

Slang dan kata tidak baku dalam unggahan juga mengindikasikan adanya proses inovasi linguistik. Iskandar (2020) menyebutkan bahwa generasi milenial adalah generasi yang mendorong munculnya kosakata baru karena kebutuhan ekspresif yang tinggi dalam komunikasi digital. Pilihan kata seperti

“literally”, “pleasee”, dan “toxic” menunjukkan adopsi istilah global dan pelesetan fonetik sebagai bentuk kreativitas berbahasa. Ini mendukung temuan penelitian bahwa 4.3 menjadi skor rata-rata tinggi pada pernyataan penggunaan slang.

Selain alasan simbolik dan ekspresif, faktor kenyamanan juga memengaruhi pilihan bahasa. Simanjuntak (2021) menemukan bahwa milenial cenderung menghindari bahasa formal karena dianggap terlalu kaku dalam konteks digital. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai rata-rata 3.8 pada pernyataan kenyamanan menggunakan campur kode, menunjukkan kecenderungan adaptif terhadap norma komunikasi digital. Norma ini berkembang menjadi praktik sosial yang diulang dan diinternalisasi oleh komunitas digital milenial.

Dari perspektif sosiolinguistik, bahasa media sosial berfungsi sebagai penanda identitas kelompok. Hal ini ditegaskan oleh Rakhmawati (2022) yang menyatakan bahwa bahasa gaul digital memperkuat kohesi sosial antar anggota komunitas maya. Dalam konteks ini, penggunaan istilah seperti “vibes”, “mood”, dan emoji bukan hanya mempercepat penyampaian pesan, tetapi juga menunjukkan keanggotaan dalam budaya digital tertentu. Hal ini tercermin pada skor 4.5 yang menunjukkan bahwa gaya bahasa digital dipersepsi sebagai refleksi identitas generasi.

Sementara itu, persepsi terhadap bahasa baku juga menunjukkan tantangan dalam pelestarian bahasa Indonesia yang sesuai kaidah. Penelitian oleh Zulfikar dan Mulyadi (2023) menunjukkan adanya konflik antara pelestarian bahasa formal dan realitas bahasa media sosial. Temuan penelitian ini mengungkap bahwa sebagian besar responden menyadari perbedaan bahasa mereka dengan bahasa baku (skor 4.4), namun tidak merasa perlu untuk mengubahnya selama pesan dapat tersampaikan dengan jelas. Hal ini menandai pergeseran orientasi normatif bahasa.

Fungsi pragmatik dari bahasa milenial di media sosial juga sangat menonjol. Seperti dijelaskan oleh Dewi dan Yusri (2023), bahasa di media sosial memiliki fungsi emosional, performatif, dan identitas yang tinggi. Temuan ini relevan dengan skor 4.3 pada pertanyaan tentang efektivitas ekspresi emosi melalui slang/campur kode. Ini menunjukkan bahwa bahasa digital tidak sekadar alat informatif, melainkan juga alat manajemen emosi dan afeksi antar pengguna.

Akhirnya, temuan ini memperkuat urgensi kajian bahasa Indonesia dalam ranah digital yang terus berkembang. Bahasa yang digunakan oleh generasi milenial mencerminkan dinamika sosial, budaya, dan psikologis yang kompleks. Oleh karena itu, studi seperti ini tidak hanya penting untuk sosiolinguistik, tetapi juga untuk perumusan kebijakan kebahasaan yang kontekstual, seperti disarankan oleh Mahrus et al. (2021) dalam kerangka perencanaan bahasa digital Indonesia.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa generasi milenial di Indonesia secara aktif menggunakan campur kode dan bahasa slang dalam komunikasi mereka di media sosial. Bahasa Indonesia yang digunakan oleh milenial mengalami perubahan signifikan dalam ranah digital, tidak hanya dari segi leksikal, tetapi juga pragmatis dan sosial. Temuan dari kuesioner mengungkap bahwa sebagian besar responden merasa nyaman dan merasa lebih ekspresif dengan penggunaan gaya bahasa tidak baku tersebut. Sementara itu, analisis teks unggahan media sosial mengonfirmasi adanya fungsi identitas, ekspresif, serta solidaritas kelompok dalam penggunaan bahasa tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga sarana pembentukan identitas dan budaya digital baru. Dengan demikian, penelitian ini berhasil menjawab permasalahan yang diajukan serta memberikan

gambaran empiris yang komprehensif mengenai fenomena kebahasaan generasi milenial. Penelitian ini juga membuka peluang untuk kajian lanjutan mengenai implikasi penggunaan bahasa media sosial terhadap perkembangan bahasa Indonesia formal di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH (OPSIONAL)

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner dan memberikan izin terhadap analisis unggahan mereka secara anonim. Terima kasih juga disampaikan kepada tim dosen pembimbing, rekan peneliti, serta pihak pengelola platform media sosial yang datanya digunakan untuk kepentingan akademik. Apresiasi khusus juga ditujukan kepada tim editorial Jurnal BAHTRA atas kesempatan untuk mempublikasikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Saadillah, A., Suriani, S., & Baharuddin, B. (2023). Fenomena Sarkasme dalam Interaksi Media Sosial: Kajian Sosiopragmatik Netizen. *Sanggharu Journal of Language and Globalization*, 4(1), 77–85. <https://doi.org/10.35706/sfjlg.v4i1.297>
- Arsanti, I. D. P., & Setiana, L. (2020). Fenomena Bahasa Gaul di Kalangan Generasi Milenial dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 9(2), 124–132. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/jpbsi/article/view/45919>
- Candra Dewi, N. K., Artawan, I. G. A. M., & Widiyartini, N. W. (2023). Penggunaan Bahasa Slang oleh Remaja: Identitas Sosial di Media Sosial. *Sanggharu Journal of Language and Globalization*, 4(2), 90–98. <https://doi.org/10.35706/sfjlg.v4i2.421>

- Chaer, A., & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal* (Ed. revisi, hlm. 83–95). Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed., pp. 217–223). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Dewani, A. P., Tanjung, I. M., & Rosidi, A. (2024). Perubahan Pilihan Bahasa di Era Digital: Studi Sosiolinguistik pada Generasi Z. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/393440756>
- Dewi, N. P., & Yusri, H. (2023). Bahasa Media Sosial dan Fungsi Pragmatik dalam Ekspresi Emosi Remaja. *Jurnal Ilmu Bahasa*, 15(2), 101–114.
- Fatmawati, I., Rahmawati, E., & Farid, F. M. (2024). Pengaruh Bahasa Gaul Terhadap Kemampuan Bahasa Baku Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 2(1), 21–27. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/46190>
- Halimatussyakdiah, H., Zuhri, M., & Nurulita, I. (2024). Pergeseran Kaidah Bahasa Indonesia di Kalangan Gen Z dan Milenial Akibat Dampak Teknologi dan Budaya Pop. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/386743501>
- Hariani, R., & Saadah, N. (2022). Representasi Identitas Global dalam Penggunaan Bahasa Inggris oleh Milenial Indonesia

- di Media Sosial. *Jurnal Bahasa dan Budaya*, 8(1), 44–58.
- Hasibuan, F. R. (2021). Bahasa Media Sosial sebagai Representasi Identitas Budaya Generasi Muda. *Bahtera Indonesia*, 10(2), 55–65.
- Iskandar, I. (2020). Kreativitas Linguistik Generasi Milenial di Era Digital. *Jurnal Kajian Linguistik*, 9(1), 1–12.
- Lorenza, F. D., & Fahrenheit, A. (2020). Kajian Sociolinguistik Novel Beauty for Killing: Alih Kode dan Campur Kode. *Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2), 115–127.
<https://www.researchgate.net/publication/342168605>
- Mahrus, M., Andayani, S., & Prasetyo, Y. (2021). Strategi Perencanaan Bahasa Indonesia di Era Digital: Sebuah Kajian Awal. *Jurnal Wacana Bahasa*, 12(1), 77–89.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed., pp. 14–16). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Nurahman, N., & Purwaka, W. D. (2021). Dampak Bahasa Gaul terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Baku pada Siswa SMP. *Lingua: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 17(1), 45–52.
<https://ejournal.upi.edu/index.php/lingua/article/view/41191>
- Pujiono, A., & Widodo, T. (2021). Variasi Bentuk Kata dan Struktur Kalimat dalam Media Sosial Instagram Milenial. *Lingua Cultura*, 15(1), 25–33.
<https://journal.binus.ac.id/index.php/Lingua/article/view/9834>
- Rahmadani, S., Fitriani, L., & Sari, W. (2023). Ragam Bahasa Nonformal Generasi Milenial di Media Sosial dan Implikasinya terhadap Interaksi Sosial. *Jurnal Pendidikan dan Sastra Indonesia (PENDISTRA)*, 7(1), 56–67.
<https://ejournal.ust.ac.id/index.php/PENDISTRA/article/view/3227>
- Rakhmawati, T. D. (2022). Bahasa Gaul Digital sebagai Penanda Identitas Komunitas Maya. *Jurnal Linguistik Terapan*, 7(2), 200–212.
- Simanjuntak, R. S. (2021). Preferensi Bahasa Informal pada Generasi Milenial dalam Komunikasi Daring. *Jurnal Bahasa dan Sastra Nusantara*, 6(2), 132–140.
- Suwito. (1985). *Sociolinguistik: Teori dan Problema* (hlm. 76–90). Surakarta: Henary Offset.
- We Are Social & Kepios. (2024). *Digital 2024 Indonesia Report*.
<https://wearesocial.com/indonesia/>
- Zulfikar, M., & Mulyadi, D. (2023). Pergeseran Nilai Bahasa Baku dalam Komunikasi Digital: Tantangan dan Solusi. *Jurnal Bahasa Indonesia*, 11(1), 88–99.